

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perlindungan konsumen pada saat ini tidak dapat dipisahkan dari kegiatan perdagangan. Dalam kegiatan perdagangan ini diharapkan menimbulkan keseimbangan hak dan kewajiban antara pelaku usaha dan konsumen. Di Indonesia saat ini perlindungan konsumen mendapat perhatian yang cukup baik karena menyangkut aturan untuk menciptakan kesejahteraan. Dengan adanya keseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen dapat menciptakan rakyat yang sejahtera dan makmur (Atom NP, 2014).

Kata konsumen dalam bahasa Inggris yaitu *consumer* dan dalam bahasa Belanda *consument*. Pengertian konsumen secara harfiah diartikan sebagai “orang atau perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu” atau “sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang” (Nasution, 2011). Pengertian konsumen menurut Undang–Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang tertuang dalam Pasal 1 angka 2, yaitu konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain yang tidak untuk diperdagangkan.

Menurut hasil Sensus Penduduk Indonesia tahun 2010, sebanyak (87,18%) dari 237.641.326 penduduk Indonesia adalah pemeluk Islam, (6,96%) Kristen, (2,9%) Katolik, (1,69%) Hindu, (0,72%) Budha, (0,05%) Konghucu, (0,13%) agama lainnya, dan (0,38%) tidak terjawab atau tidak ditanyakan. Pemeluk agama Islam merupakan jumlah terbanyak di Indonesia. Oleh karena itu, Negara juga memberikan suatu perlindungan terhadap konsumen muslim, sebagaimana dicantumkan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 Angka 1, yang menyatakan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Dalam Undang-Undang tersebut bukan hanya diperuntukkan untuk melindungi konsumennya saja, tetapi juga sebagai benteng

untuk meniadakan tindakan sewenang-wenang yang merugikan pelaku usaha hanya demi kepentingan perlindungan konsumen (Ahmadi & Yodo, 2004). Dengan adanya pengaturan perlindungan terhadap keduanya, baik kepada pelaku usaha maupun konsumen harus berdampak baik terhadap keduanya karena pelaku usaha sebagai yang menghasilkan produk yang berkualitas untuk menjaga keamanan terhadap konsumen yang mengkonsumsi produk pangan tersebut harus jujur dalam menghasilkan produk yang benar-benar tidak merugikan pihak konsumen.

Menurut (Yulita, 2016) Keamanan pangan di Indonesia masih jauh dari kata aman, pasalnya masih banyak produk pangan beredar di pasaran tidak mencantumkan label yang benar, menyamarkan komposisi produk yang ada di dalam kemasan dan tidak mencantumkan label “halal” pada produk makanan sehingga menimbulkan pertentangan dengan agama konsumen. Adanya penggabungan tempat penjualan antara produk yang tidak mencantumkan label halal dengan yang mencantumkan label halal dipasaran hal tersebut akan mengakibatkan keraguan, ketidaknyamanan dan kerugian kepada konsumen, terutama konsumen muslim dalam mengkonsumsi produk pangan. Berdasarkan situs (Sumutcyber.com) Dinas Ketahanan Pangan Kota Medan melakukan monitor ke sejumlah pasar modern pada tanggal 31 januari 2019, menurut Muslim Harahap selaku Kepala Ketahanan Pangan Medan, masih ditemukan pasar modern yang menjual makanan non halal yang digabungkan dengan makanan halal. Berdasarkan situs (Republika.co.id) Yayasan Lembaga Konsumen Sumatera Selatan mengimbau umat Islam di provinsi setempat untuk meningkatkan kewaspadaan terhadap produk ilegal yang diduga tidak halal yang marak beredar di pasaran.

Berdasarkan keterangan di atas penulis tertarik untuk meneliti tentang perlindungan konsumen terhadap pangan non halal di pasar modern dan pasar tradisional.

1.1 Rumusan Masalah

Bagaimanakah persyaratan pangan non halal di pasar modern dan pasar tradisional berdasarkan Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan No. 27 Tahun 2017 terhadap perlindungan konsumen.

1.2 Tujuan

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan Umum dari studi literatur ini yaitu :

Bagaimanakah perlindungan konsumen terhadap pangan non halal yang diedarkan di pasar modern dan pasar tradisional berdasarkan Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia No 5 Tahun 2015.

1.3.2 Tujuan Khusus

Tujuan khusus dari studi literatur ini yaitu :

Untuk mengetahui bagaimana perlakuan khusus pangan non halal yang mengandung daging babi dan minuman alkohol dari pelabelan, pendistribusian dan pemajangan pangan non halal di pasar modern dan pasar tradisional berdasarkan Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia No 5 Tahun 2015 terhadap perlindungan konsumen.

1.4 Manfaat

1.4.1 Bagi Penulis

Manfaat studi literatur ini bagi penulis yaitu :

Menambah wawasan pengetahuan Ilmu Pangan dan Hukum Kesehatan tentang Perlindungan Konsumen dan dapat mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang telah didapat selama menjalani pendidikan di Program Studi Gizi di Politeknik Kesehatan Kementerian Kesehatan Riau.

1.4.2 Bagi Institusi

Manfaat studi literatur ini bagi institusi yaitu :

Sebagai sumber data atau di bidang pangan dan dapat dijadikan sebagai sebuah referensi bagi penelitian selanjutnya.

1.4.3 Bagi Masyarakat

Manfaat studi literatur ini bagi masyarakat yaitu :

1. Memberikan Informasi kepada konsumen pasar modern dan pasar tradisional yang dominan beragama Islam terkait produk non halal yang di perdagangkan.
2. Untuk memberikan pengetahuan kepada produsen terkait perlindungan kosumen dalam penjualan produk non halal sehingga konsumen tidak khawatir berbelanja di pasar modern dan pasar tradisional.